



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi informasi dan telekomunikasi telah mendorong kemunculan berbagai bentuk pembayaran dengan menggunakan uang elektronik. Perkembangan teknologi saat ini membuat masyarakat merasakan kemudahan dan kepraktisan dalam menjalankan aktivitas. Kemunculan uang elektronik atau yang disebut dengan *e-money* menjadi sebuah tren baru yang digemari oleh masyarakat.

**Tabel 1.1**

**Volume dan Nominal transaksi uang elektronik tahun 2016-2020**

Periode	Tahun 2016	Tahun 2017	Tahun 2018	Tahun 2019	Tahun 2020
Volume (Transaksi)	683,133,352	943,319,933	2,922,698,905	5,226,699,919	4,625,703,561
Nominal (Jutaan Rupiah)	7,063,688.97	12,375,468.72	47,198,616.11	145,165,467.60	204,909,170

Sumber: [www.bi.go.id](http://www.bi.go.id) (diakses 9 November 2021)

Berdasarkan data di atas terlihat bahwa volume transaksi uang elektronik Indonesia mencapai 683,133,352 transaksi pada tahun 2016 dengan nominal 7,063,688.97 juta Rupiah, pada tahun 2017 volume transaksi menjadi 943,319,933 transaksi dengan nominal 12,375,468.72 juta Rupiah meningkat sebesar 75.19% dibandingkan dengan tahun 2016. Pada setiap tahunnya terus mengalami peningkatan hingga di tahun 2020 dimana volume transaksi uang elektronik sebanyak 4,625,703,561 dengan nominal

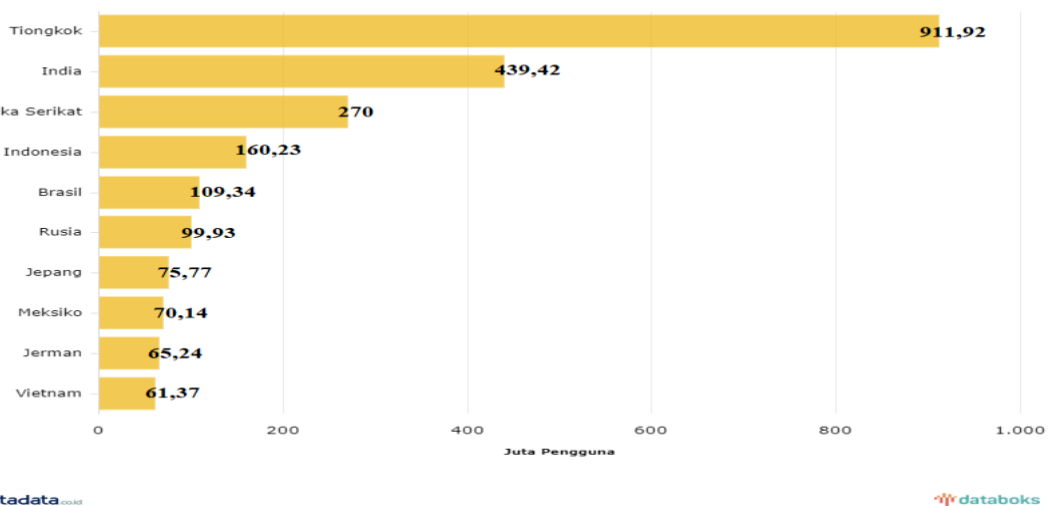
sebesar 204,909,170 juta Rupiah hal ini meningkat sebesar 41.15% dibandingkan dengan tahun 2019. Dengan melihat data di atas, diperkirakan penggunaan aplikasi uang elektronik dapat terus meningkat seiring dengan perkembangan zaman dan teknologi saat ini.

Pertumbuhan minat akan uang elektronik membuka peluang bagi berbagai perusahaan untuk membuat uang elektronik bagi masyarakat. Uang elektronik dibagi menjadi dua jenis, yaitu uang elektronik berbasis cip atau *e-money* dan uang elektronik berbasis server. Uang elektronik berbasis cip antara lain seperti e-Money, Flazz, dan Brizzi. Sedangkan uang elektronik berbasis server atau *e-wallet* yang berupa aplikasi antara lain seperti GoPay, OVO, DANA, dan Shopeeay. Perkembangan uang elektronik berbasis server yang penggunaannya membutuhkan *smartphone* berkembang dengan sangat pesat di Indonesia. Hal ini dapat disebabkan karena tingginya pengguna *smartphone* di Indonesia sesuai data berikut:

Gambar 1.1

### Negara pengguna smartphone di dunia

10 Negara dengan Pengguna Smartphone Terbanyak (2020)



Sumber: Yosepha Pusparisa, Daftar Negara Pengguna Smartphone Terbanyak,

Indonesia Urutan Berapa? [www.databoks.katadata.co.id](http://www.databoks.katadata.co.id)

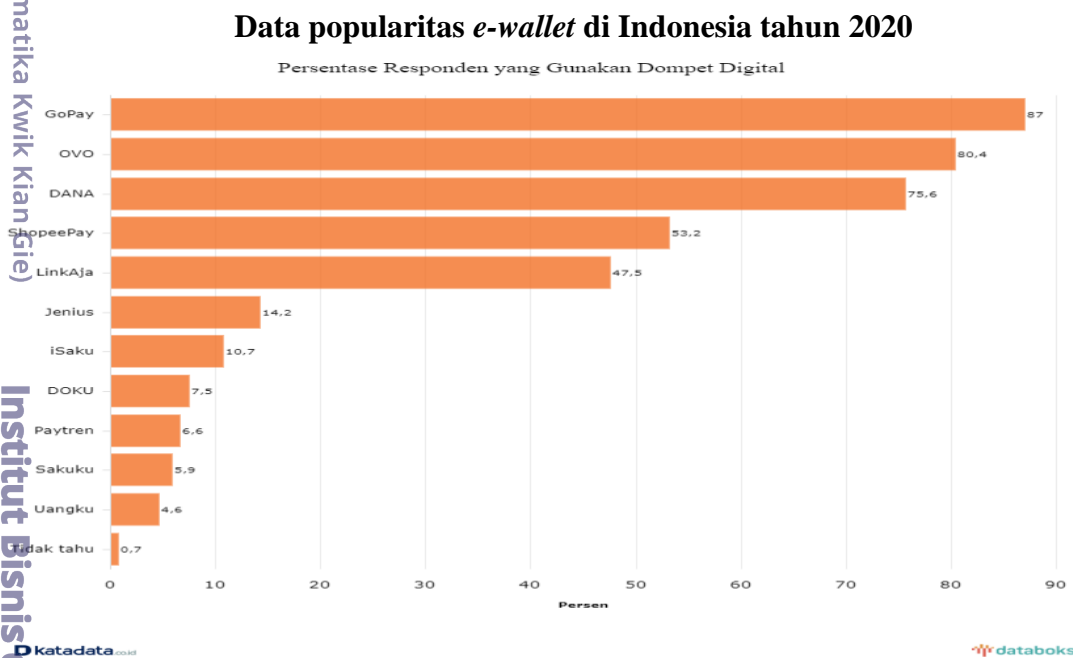


1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Berdasarkan data di atas terlihat bahwa tingkat penggunaan *smartphone* di Indonesia sangatlah tinggi, yaitu menduduki posisi ke-4 dari 10 negara dengan pengguna *smartphone* terbanyak di tahun 2020 sebesar 160,23 Juta pengguna yang dimana penetrasi *smartphone* di Indonesia mencapai 58,6% dari total populasi di Indonesia. Tingginya pengguna *smartphone* di Indonesia sepertinya menarik perhatian pengusaha dalam membangun sarana uang elektronik berbasis server, hal ini terlihat dari banyaknya *platform-platform* dompet elektronik yang menjadi pilihan masyarakat Indonesia pada khususnya. Berikut ini data popularitas *e-wallet* di Indonesia tahun 2020:

Gambar 1.2



Sumber: Andrea Lidwina, GoPay Jadi Dompet Digital Paling Populer di Indonesia,

[www.databoks.katadata.co.id](http://www.databoks.katadata.co.id) (diakses 10 November 2021)

Menurut hasil survey yang tersajikan pada data di atas GoPay berada pada urutan pertama sebagai *e-wallet* dengan popularitas terbesar di Indonesia dengan tingkat responden sebesar 87%. GoPay merupakan sebuah aplikasi uang elektronik yang

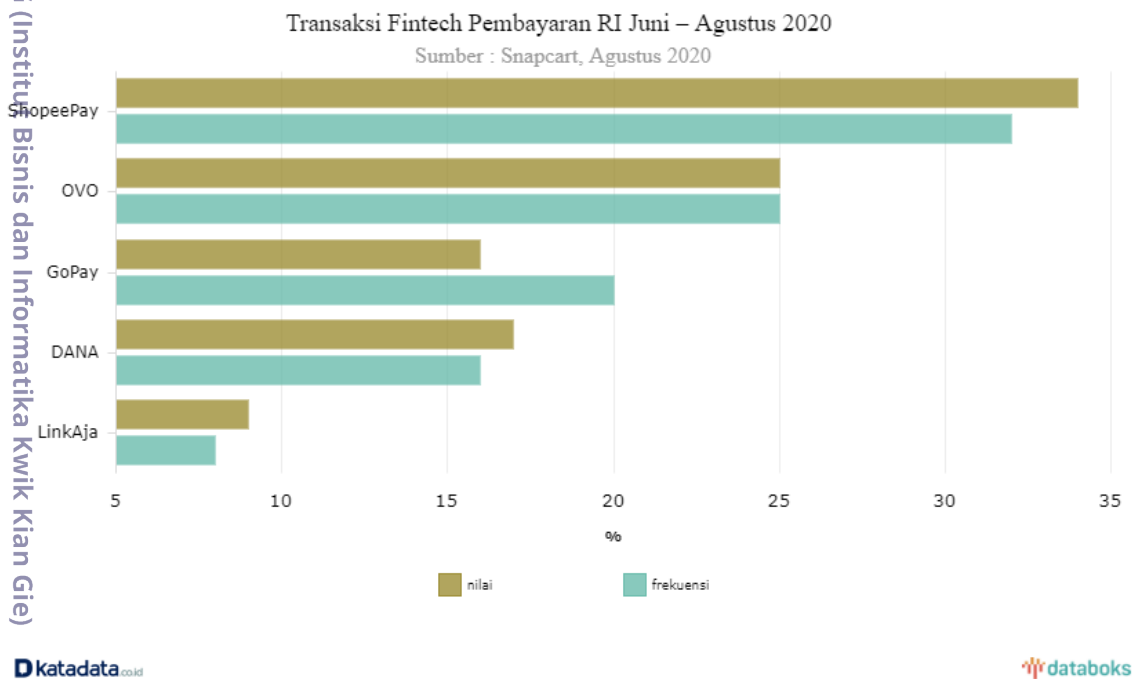
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



memberikan jasa dalam pembayaran dan transfer antar rekening secara digital. Namun tingkat popularitas yang tinggi ternyata tidak menjamin tingkat transaksi yang tinggi pula. Seperti data yang tersajikan berikut ini:

**Gambar 1.3**

**Data Transaksi *e-wallet* pada tahun 2020 di Indonesia**



Sumber: [www.databoks.katadata.co.id](http://www.databoks.katadata.co.id) diakses 10 November 2020

Berdasarkan data di atas terlihat bahwa tingkat transaksi dan frekuensi penggunaan *e-wallet* yang tertinggi pada tahun 2020 periode Juni-Agustus diduduki oleh ShopeePay. GoPay hanya berada pada posisi ke tiga setelah OVO. Hal ini menjadi sebuah fenomena yang unik jika dikaitkan dengan loyalitas pelanggan terhadap suatu produk. Loyalitas pelanggan menurut Kotler & Keller (2016:153) didefinisikan sebagai komitmen untuk membeli kembali atau berlangganan kembali produk atau layanan yang disukai. Loyalitas pelanggan merupakan sebuah hal penting karena dengan pelanggan yang loyal, maka pelanggan cenderung akan melakukan penggunaan atau pemakaian

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

berulang terhadap produk tertentu. Pemenuhan loyalitas pelanggan diawali dengan memberikan produk yang sesuai atau bahkan melebihi ekspektasi pelanggan.

GoPay yang merupakan *e-wallet* ciptaan anak bangsa merupakan pionir dalam *e-wallet* di Indonesia yang menawarkan sistem teknologi dengan berbagai kegunaan pembayaran. Pembayaran dengan menggunakan uang elektronik memberikan kelebihan tersendiri bagi pelanggan dibandingkan dengan pembayaran secara konvensional atau pembayaran dengan menggunakan uang tunai. Tujuan dari keberadaan teknologi adalah untuk memberikan kemudahan kepada penggunanya, namun banyak faktor yang menyebabkan sebuah teknologi tidak dapat diterima oleh penggunanya. Menurut Schmitz, Bartsch, & Meyer (2016) dalam Maryanto & Kaihatu (2021) tantangan bagi bisnis aplikasi adalah kemampuan untuk memberikan manfaat (kegunaan) bagi penggunanya. Selain manfaat yang diterima, pengguna aplikasi juga mempertimbangkan kemudahan penggunaan. Kegunaan dan kemudahan yang dirasakan pengguna dikenal sebagai dimensi *Technology Acceptance Model* (TAM) Davis (1989) dalam Lanlan et al. (2019). Dimana pelanggan mungkin tidak menerima aplikasi yang sulit digunakan.

*Perceived usefulness* atau yang dapat disebut sebagai perspektif kegunaan sebuah aplikasi menurut Davis (1989) dalam Hidayat & Junianto (2017) mendefinisikan kemanfaatan (*usefulness*) sebagai suatu tingkatan dimana seseorang percaya bahwa penggunaan suatu subyek tertentu akan dapat meningkatkan prestasi kerja orang tersebut. Berdasarkan definisi tersebut dapat diartikan bahwa penggunaan sistem dapat meningkatkan kinerja dan prestasi kerja orang yang menggunakannya.

GoPay menawarkan kemudahan transaksi pembayaran bagi para penggunanya untuk melakukan pembayaran PLN, PDAM, dan BPJS. Tidak hanya itu GoPay juga



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



menyediakan sistem pembayaran untuk PBB, PKB, asuransi, pendidikan, pengisian pulsa, serta tagihan TELKOM. Semua metode pembayaran dapat dilakukan dengan cara mengisi saldo GoPay terlebih dahulu melalui ATM, *internet banking*, *mobile banking*, Indomaret, dan Alfamart. Selanjutnya seluruh transaksi pembayaran akan memotong saldo pada GoPay sesuai dengan nominal pembayaran yang ditagihkan.

Sistem teknologi yang ada pada *e-wallet* memberikan pelanggan kemudahan dalam melakukan transaksi pembayaran tanpa harus membawa uang tunai. *Perceived ease of use* atau perspektif kemudahan menurut Davis (1989) dalam Hidayat & Junianto (2017) mendefinisikan kemudahan penggunaan (*ease of use*) sebagai suatu tingkatan dimana seseorang percaya bahwa komputer dapat dengan mudah dipahami. Melihat dari aplikasinya saat ini, GoPay menyediakan kepraktisan dan kemudahan pada penggunaan sistem teknologinya. Transaksi pembayaran dengan menggunakan GoPay saat berbelanja hanya perlu melakukan *scan barcode* atau memasukan nominal yang harus dibayarkan.

Berdasarkan uraian di atas, penulis tertarik untuk meneliti dan membahas lebih lanjut tentang persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan terhadap loyalitas pelanggan GoPay. Dimana penelitian menggunakan judul “Pengaruh Persepsi Kegunaan dan Persepsi Kemudahan Terhadap Loyalitas Pelanggan GoPay”.

## B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar masalah yang telah diuraikan dapat diidentifikasi beberapa masalah sebagai berikut:

1. Apa saja faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan GoPay?
2. Faktor apa yang paling berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan GoPay?
3. Apakah persepsi kegunaan mempengaruhi loyalitas pelanggan Gopay?





## E. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka peneliti membuat rumusan masalah untuk penelitian ini sebagai berikut:

“Bagaimana pengaruh persepsi kegunaan dan persepsi kemudahan terhadap loyalitas pelanggan GoPay?”

## F. Tujuan Penelitian

Tujuan penulis dalam membuat penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui apakah persepsi kegunaan mempengaruhi loyalitas pelanggan GoPay.
2. Untuk mengetahui apakah persepsi kemudahan mempengaruhi loyalitas pelanggan GoPay.

## G. Manfaat Penelitian

Manfaat diadakan penelitian ini adalah:

### 1. Bagi Penulis

Penulis mendapatkan kesempatan untuk menerapkan ilmu yang telah didapat selama menjalankan perkuliahan manajemen pemasaran. Selain itu penulis dapat meningkatkan pengetahuan mengenai loyalitas pelanggan yang sudah diperoleh selama perkuliahan.

### 2. Bagi Perusahaan

Perusahaan dapat menggunakan hasil dari penelitian ini sebagai sarana masukan dalam hal pengembangan produk di masa yang akan datang.

### 3. Bagi Pihak Lain

Pihak lain dapat memanfaatkan penelitian ini sebagai sumber informasi tambahan untuk penelitian selanjutnya.